



# Bumrungrad International



## Vision

ให้การบริการสุขภาพแบบองค์รวมในระดับโลก ด้วยนวัตกรรมล้ำสมัย ภายในปี 2565



## Mission

มอบประสบการณ์การรักษและการบริการที่ทันสมัยด้วยนวัตกรรม ก้าวถึงความเป็นเลิศ การปฏิบัติการณ์ และพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ

## สถานการณ์ปัจจุบัน

กลุ่มลูกค้าต่างชาติหายไปถึง 33% คณะผู้จัดทำจึงเห็นความสำคัญของการโฟกัสลูกค้าภายในประเทศมากขึ้น ผ่านการวางแผน Growth Strategy และกลยุทธ์อื่น ๆ เพื่อตอบโจทยกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร พร้อม ๆ กับการรับมือวิกฤตที่เกิดขึ้น



## External environmental factors

- นโยบายด้านการแพทย์จากภาครัฐ
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- ไทยเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัย
- สภาวะเศรษฐกิจถดถอย
- การแข่งขันทางธุรกิจ
- สถานการณ์ Covid-19



## Internal environmental factors

- บุคลากรที่มีคุณภาพ
- รางวัลและมาตรฐานระดับโลก
- ระบบการเงินที่มีประสิทธิภาพ
- การบริการระหว่างประเทศที่ครบครัน
- เป็นเลิศด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

## พื้นที่ตรงกลาง (SFAS)

โรงพยาบาล ควรมุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจ โดยการเพิ่มการลงทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในเทคโนโลยีทางการแพทย์และการบริการ เพื่อให้ตอบโจทยกลุ่มลูกค้าเก่าและใหม่ นอกจากนี้ควรมีการสื่อสารทางการตลาดให้มากขึ้น เพื่อเปลี่ยนมุมมองด้านราคาให้สามารถเข้าถึงยิ่งขึ้น และการตลาดที่สร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ เพื่อยกระดับศักยภาพของโรงพยาบาลให้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์	การนำไปปรับใช้
<b>กลยุทธ์ระดับองค์กร</b> Growth Strategies	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลักดันการทำวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการรักษา</li> <li>ส่งเสริมความรู้ความสามารถของบุคลากร</li> <li>ใช้การตลาดหลากหลายกลุ่มใหม่ภายในประเทศ</li> </ul>
<b>กลยุทธ์ระดับธุรกิจ</b> Differentiation	สร้าง ความแตกต่างขององค์กร โดยการนำจุดแข็งมายกระดับศักยภาพของโรงพยาบาลให้ดียิ่งขึ้น
<b>กลยุทธ์ระดับหน้าที่</b> 1. กลยุทธ์ทางการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดทำ BH Member เพื่อให้ลูกค้าสะสม Point</li> <li>ขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่โดยใช้ฐานลูกค้ากลุ่มเดิมผ่าน Connect Caring</li> </ul>
2. กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาและนำระบบ AI เพื่อใช้ในการรักษา</li> <li>นำ Hospital IS เข้ามาบริหารข้อมูล</li> <li>พัฒนานวัตกรรม Bio Computing Platform</li> </ul>
3. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>นำระบบ HRI มาบริหารบุคลากร</li> <li>พัฒนาบุคลากรโดยการ Set Competency Development</li> </ul>
4. กลยุทธ์ด้านการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มการลงทุนซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ในปี 64 65 ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ</li> <li>ซื้อตราสารอนุพันธ์ โดยการ Call Options</li> </ul>

## การประเมินผล

### 1 ด้านการเงิน



- อัตราการเติบโตของรายได้ -45%, -8%, 4%, 5% ในปี 2563-2566 ตามลำดับ
- อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง) 27% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ตั้งแต่ปี 2563 - 2566

### 2 ด้านลูกค้า



กลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

### 3 ด้านภาพลักษณ์



ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลในมุมมองของลูกค้าเปลี่ยนไปจากเดิม

## ผลการดำเนินงาน

(งบกำไร - ขาดทุน)

หน่วย: ล้านบาท

	2562	2563	2564	2565	2566
รายได้จากการให้บริการ	18,409.15	11,045.49	10,161.85	10,568.32	11,096.74
ต้นทุนการให้บริการ	10,285.08	6,171.05	3,360.85	2,429.24	1,512.14
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	3,760.31	717.86	1,904.27	2,598.66	3,394.01